走出困局

危机下企业自救之道

Out Of Predicament

COAY Books

目录
Content

- 明天总会更美好
- 活着
- 倒在盛世是最大的遗憾
- 滞涨性世界经济的辐射
- 来自大洋彼岸的经济剧变
- 普世性的经济减速
- 中国的蝴蝶效应
- 市场不断萎缩
- 成本日益提高
- 他山之石：冷观越南金融危机
- 次贷危机仅仅走完了三分之一
- 独辟市场蹊径
- 穿好品牌这件救生衣
- “狼来了”的经济学故事（1）
- “狼来了”的经济学故事（2）
- 新《劳动合同法》——福兮？祸兮？
- 不争的事实：劳动力成本上升
- 国外订单“落井下石”

明天总会更美好

中国中小企业协会副会长、温州中小企业发展促进会会长、温州管理科学研究院院长周德文教授长期跟踪研究“温州模式”和民营企业的发展，关注中小企业的生存状况，是国内研究民营经济及“温州模式”的知名专家。他以自己扎实的理论分析及对中小企业第一线的调研，多次向政府及社会发出预警:受宏观调控政策的持续影响及美国次贷危机引发的金融风暴的冲击，中小企业的生存将受到严重的威胁。特别是2008年3月28日周德文在接受中央电视台经济半小时专访时对中小企业面临的“困局”进行了全面的剖析，作出了“温州约20％的中小企业处于停工、半停工状况”的判断，使中国中小企业的生存状况引起各级政府及社会的高度重视；之后，他大声疾呼，提出了许多政策建议，如“宏观调控应适度放宽”、“直接为中小企业减税”、“金融要加快对内开放的步伐”、“要制定法规，允许民间金融合法化”、“中国制造业要加快产业提升和转型”等，引起有关方面的高度重视，产生了积极的社会影响。

为了系统对“2008年中国中小企业生存状况”进行分析、评估，周德文教授历时半年，搜集并分析了大量的企业实例，撰写了本书，系列地、全面地反映了中国中小企业发展中存在的问题，特别是2008年中国中小企业的真实生存状况。本书是国内第一本论述中小企业“困局”的著作，对促进中小企业发展有重要的参考价值。

美国次贷危机引发的金融危机愈演愈烈，一系列的经济问题正向其他国家不断转移。这场金融危机来得是这么的迅猛，从雷曼兄弟的不辞而别，到欧洲央行的连连出手，再到普通民众求助于阅读《资本论》，都是对金融危机做出的不同程度、不同角度的回应。在寻找出路的美国资金面前，外贸增长一向迅猛的中国，无疑难以独善其身。

本书中给出了很多鲜活的事例，“2008年10月，全球最大玩具代工商之一——合俊集团旗下两工厂倒闭，6 500名员工失业”，“7月初温

州市经贸委对全市31个工业强镇和开发区的15 521家中小企业调查发现，停工、半停工企业数达1 009家，占调查企业数6.5%。倒闭企业数达250家，占1.6%。停工、半停工和倒闭企业数合计1 259家，占调查总数的8.1%”。

中国企业如此艰难，说明中国同样处于金融危机的包围之中。对此，有不少人士大声疾呼“中国企业要过冬”。但是怎样过冬，为何会进入冬天，各路的专家、学者却是看法不一。

因为发展遇到困难就否定发展的观点，无异于生活常识中的因噎废食。改革开放的发展硬道理，是我们从一穷二白的阶段走到今天的不变信念，也是接下来几十年不断走下去的指路明灯。“改革开放是决定当代中国命运的关键抉择，也是13亿中国人民的共同选择”，这是中国亿万人民的心声与呼声。

在这本积极面对困难、积极寻找解决问题方式的著作中，向大家展示了很多企业怎样一步一步地脚踏实地，怎样在不同的情境下做出共同的选择——向前。出路好像是海绵中的水，只要用力想、用力做，就能让出路源源不断地展现在面前。李建明的垃圾发电值得称道。他作为温州垃圾发电第一个吃螃蟹的先行者，让这个项目在整个温州市全面开花。温州企业向现代化管理方式进军：低压电器之王正泰集团斥资6 000万元上马SAP的ERP系统，温州最大的眼镜制造商泰恒也着手实施信息化系统。从2006年开始，广东汕头一家名为奥飞动漫的玩具企业，就开始把玩具生产与动漫卡通结合起来，成为玩具群中成功突围的奇兵。风靡全国的“悠悠球”，其幕后推动者就是奥飞动漫。

站在中国的全局看，向前发展再也离不开科学发展。从产业结构升级的角度讲，要着力发展第三产业，推动节能减排。因为发展第三产业占用资源少、投资见效快，吸纳劳动力多，对促进物质生产的发展和生活水平的提高有事半功倍的作用；更重要的一点，这也是一条可持续发展的路子。

发展，科学发展，为何成为中国命运的关键词，为何成为13亿人民的共同选择？要明白这个论断，就要明白中国的改革开放不仅仅是一个穷则思变的问题，不仅仅是一个国家和民族的问题。有人说，20世纪是资本主义的文明主宰和引导着整个世界的发展方向；21世纪是环太平洋的世纪，与之相关的国度将扮演非常重要的角色。在不同地域的重要性升降的背后，是资本主义文明不断衰落、社会主义文明不断昌盛的社会发展规律。在这样的视野和背景下，中国的复兴与崛起，也就不是偶然现象，而是一种历史的选择。

今天的“困局”的解决，将为明天之“变局”、后天之“胜局”提供智慧和经验。

李连仲

著名经济学家、中共中央政策研究室经济局局长、博士生导师

2008年12月

活着

在我阅读的记忆中，作家余华的小说《活着》始终能给我带来惊颤。

这是一本极具中国式黑色幽默的小说。个人命运被历史牵引、浓缩，随波逐流。透过主人公的一生遭遇，涵盖着命运中无法掌控的生命之痛，衍生出对死亡的苦笑。

的确，命如蝼蚁。我突然发现，风风雨雨几十年，跨越了最激荡变化的历史时期，中国的大多数企业依然渺小无奈，在命运面前毫无选择余地。千万企业不约而同陷入生与死的困局之中。绝望、无助、无力在经过精简的大背景下，显得触目惊心。

我想，应该少有人会想到冬天来得那么令人措不及防。

一方面，改革开放30年的巨大成就足以让人热血沸腾：房价疯涨、股市高昂。不知不觉中，国内几乎所有制造企业都趋之若鹜于房地产与资本市场。工业精神变成地产主义，企业在资本投机中狂飙猛进，哪里会空出时间去预想困局的到来。

另一方面，有太多的企业家享受着世界对中国奇迹的“褒奖”。他们雄心勃勃、豪情万丈。翻开报纸和杂志，看看有多少人在2007年高谈阔论，喊出了10年、5年甚至3年要进入世界500强的口号。他们把世界想象得太简单，这简直是疯狂。

而在中国的企业生态圈中，似乎又很少看到有人愿意稍微停下急促的步伐去冷静地思考：自己最终应该成为一家什么样的企业？自己的企业凭什么获得价值和品牌的正向张力，又凭什么获取世界的尊重与推崇？于是，大多数企业在不断的战略修订和不停的产业迁徙中，时而傲立潮头，时而沉沦荒野；受到过追捧，也遭遇到抛弃。只不过，以往个案性的悲剧，在外部环境的极端恶化下，加上自身策略的失当，最终引发2008年中国企业陷入群体性的困局，犹豫、彷徨和焦虑成为了弥漫的普遍情绪。

当然，世界没有跌入深渊，困局不一定都是坏事。

郎咸平认为，中国30年机缘巧合下诞生了很多成功企业家，其中不乏苦出身，但他们与世界级企业家最大的不同是缺乏经济大萧条的洗礼。因此，换个乐观和积极的角度，困局也许正是一部分试图“基业长青”的中国企业借机产业升级或是拔地而起，从而证明自己的最好契机。

尼采说：“那些没有消亡我们的事物，将使我们变得更加坚强。”所以，只有活着才有机会。可是，活着是个复合命题，其有三重境界：

深陷困局，第一重境界最直接也最为现实的定义是有呼吸，能够“剩”下来，最起码不要成为大浪淘沙中被大浪冲走的沙子。第二重境界是在经济危机中构建防火墙，任凭山崩地裂，自岿然不动。保持良好的发展势头，为实现基业长青进行不温不火的积累。毕竟，能在十面埋伏中独善其身，同样让人钦佩。活着的第三重境界则是“会当凌绝顶，一览众山小”，具备化危为机的魄力与勇气，善于挖掘适宜自我成长的制度性土壤，突破种种“玻璃门”，不断转型、升级，达至凤凰涅槃。

但是，怎样活下去而不是被消亡？怎样活得更好？怎样在困境中成长为一家伟大的公司？这绝不是一个简单的经济命题，甚至根本难以从西方连篇累牍的经济学理论中找到答案。我想，从本土出发，竭力触碰每一根现实的神经，尽量展现每一次突围的悲壮与喜悦，为中国企业提供“活着”的范本与良性思考，正是本书作者想要传递的观点。

吴比

财经作家

倒在盛世是最大的遗憾

有些人担心坐在快车道上的中国会出现三个断裂：第一个断裂是经济发展速度突然下滑，这意味着更多的失业，而失业可能会造成社会危机；第二个断裂是贫富分化，或者发达地区和贫困地区之间的断裂，任何国家贫富相差悬殊就会比较容易走极端的道路；第三个断裂是政治和经济的断裂，经济发展得比较快，政治跟不上。

断裂是个残酷的字眼，断裂之下不知道有多少单位个体及利益共同体折戟我们今天的黄金时代。在中国韧性十足的经济传输带上，断裂显得遥远而自不量力。但是，我们不能忽略那些在波澜起伏的经济大潮中出现的阵痛，我们会隐隐听到被困企业所发出的沙哑呐喊。这些呐喊，无论是中气十足抑或微弱无力，都是我们无法避忌的经济之声。

2008年，是中国制造之殇。危局、困局、险局等等所有的不利之局，铺天盖地而来，局局相扣，中国制造都在灰头土脸中，节衣缩食等待着成本狂欢后的“百废待兴”。2008年是个十字路口，倒在2008年，绝对是一个不小的遗憾。

中国的企业与企业家走到今天，历尽千辛万苦。费正清曾在《剑桥中国史·中华民国卷》中断言：“在中国这部历史长剧的发展中，中国商人阶级，没有占据显要位置。它只是一个配角——也许有几句台词——听命于帝王、官僚、外交官、将军、宣传家和党魁的摆布。”

到今天，商人这个千百年来被边缘化的角色，从被封杀、不屑乃至今天光明正大地走上历史舞台，并成为中国很重要的经济主体，为今日中国经济之锦绣摇旗呐喊。

30年的历史沉淀，不算长，也不算短。但正是这30年的卧薪尝胆与长袖善舞，无数前赴后继的企业家扮演着探险者、违法者、殉难者、得益者等多重角色，才成就了今日经济的气象万千，也改变了商人阶级的弱势定位。

对于中小企业，能与波澜壮阔的经济进行曲合奏，显得更为难能可贵。没有强有力的资金后盾，更没有市场的撒手锏——品牌，只得战战兢兢四处打游击，打打擦边球，靠捡拾别人的残羹冷炙糊口，而即使低调艰难地进行原始积累，一不留神，触碰了政策底线，就前功尽弃，或者在市场上无奈地成为“大鱼吃小鱼，小鱼吃虾米”的牺牲品，所以，能存活下来，也实属不易。

2008年，是盛世，是挑战与机遇觥筹交错的盛世。30年改革开放的笔墨至此，已是气势磅礴，资源分配趋向公平，市场更为成熟稳健，政策法规的保护伞也越撑越大。市场的蛋糕越做越大，政策的春风越吹越暖，中国这块曾经贫瘠的处女地，变得财源茂盛，资本、商机、人才……一切与经济发展优越性相关的资源禀赋催生着日益繁荣的中国经济。

江山如画，总要有英雄来指点。任何基于自由创造财富者，都是这个时代的英雄，站在改革开放30年这个巨人的肩上，有“登泰山而小天下”的气势和胸怀，也能从更大更广的时空范围内寻找和把握机遇，因势而上，赢得发展。

但是，福兮祸之所伏。2008年，有福，有祸。2008年的经济版图上也出现了多个分水岭，金融危机肆虐全球、劳动力成本上涨、人民币升值、资本市场惨淡、银根紧缩、原材料涨跌难定……种种不利的命题，横亘在企业前行路上。危机从四面八方涌来，企业陷入四面楚歌，不在“困局”中灭亡，就在“困局”中爆发，中国企业尤其是中国制造走到生死一线。

中国经济以螺旋式上升，有些企业却折戟在螺旋的拐角处，成为失败的注脚。这是一个充满创造性毁灭的盛世，已有大批的企业无法承受之重，企业的墓志铭越写越长，主题却大同小异，绕不开2008年经济变局。倒在这个祸福交加的盛世，就意味着失去了分享多年经济积淀的通行证。

2008年，丢给中国企业一个生与死的命题——等待还是突围?

自古不谋万世者，不足以谋一时；不谋全局者，不足以谋一域；不谋天下者，不足以谋一国。未来充满变数，被动地等待曙光乍现，是最省力也最容易死亡的生存方式。扪心自问，如果只是等待，死神与救世主哪个光顾的几率更大？一粒煮熟的种子，无论是在风调雨顺的野外还是养尊处优的温室，没有了求生的欲望，再好的条件也是徒劳。

突围，才是中国企业不得不写出的答案。一粒勃发着生机的种子，不管被丢在哪里，即便有狂风暴雨、石头重压，仍然可以破土而出，顽强地谱写生命的乐章。中国企业应戒掉“低成本依赖症”，击出品牌、转型、升级等利剑，顺势而行，熬到春天来临。世界不会跌到无底的深渊，想尽一切办法活下去，终会云开雾散，成就“剩”者为王。

盛世之下，纷纷扰扰，谋局、布局、困局、破局，纵横捭阖中、刀光剑影间，凸显眼光、智慧与谋略。为命运抗争，为历史添彩。

冬天来了，春天还会远吗？

滞涨性世界经济的辐射

“任何人的死亡都使我受到损失，因为我包孕在人类之中。不要问丧钟为谁而鸣，丧钟为你而鸣。”

——约翰·邓恩

经济学家郎咸平曾有一段著名的秃鹰论：“你每穿一双耐克鞋，每逛一次沃尔玛，这两只秃鹰控制的产业链就要向美国输送一次财富。如果把每件商品价值等分成10份，它们每次都挑走最肥美的9份，只给中国的企业主丢下一份拌着自己骨髓的渣滓。”

这是郎咸平眼中中国制造所面临的围城困境：这两只冷血秃鹰，一只为产业资本，一只为金融资本，傲居产业链高端，大肆掠夺中国低附加值产品的价值。随着中国制造的生存价值不断被压缩，中国制造业出现前所未有的大危局。

然而，中国制造的大危局不单单是西方世界的“剥削与压榨”，毕竟世界是平的，我们与世界共感“全球冷热”。我们在成为“世界工厂”的同时，也共享西方发展的成果。同时，当世界经济驶入慢车道时，中国一样面临巨大的危机与挑战，“2008年也许是中国经济最困难的一年”。

来自大洋彼岸的经济剧变

“我和你，心连心，同住地球村。”

全球化不是风靡一时的时尚，更不是一场各国短暂扮演各种角色的天堂游戏，而是一种趋势。全球化在以特有的逻辑、规则，潜移默化地对每个国家的政治、经济产生着直接或间接的影响。经济学家弗里德曼告诉我们：在经济全球化的趋势下，每一个人都可以参与到世界的竞争中来；在经济一体化的现实中，科技、政治和经济革命正在消除各种壁垒，国家之间早已没有了国界。

中国，也不可避免地卷入了全球化的浪潮。

一场来自大洋彼岸的次贷危机，把世界经济拖入水深火热之中，导致这场经济闹剧的始作俑者就是“次级按揭贷款”(简称“次贷”)。

次贷是美国房产金融的产物，它之所以能在美国以迅雷不及掩耳之势发展，是美国国情使然：

在美国，房贷并不是银行的专利，有大批的信贷公司从中渔利。银行的垄断被打破，意味着白热化的竞争，为了赚钱，信贷公司“八仙过海，各显神通”，甚至不惜透支信贷者的信誉与购买力。在2005年之前，房市飘红，有越来越多的购房者抢着买房，信贷公司为了拉单子，不惜把根本不具备还款能力的人当做他们的上帝，越来越多的针对较弱还款能力者的金融产品问世。

虽然美国也有“基准利率”，但此利率却非中国的基准利率，它不是警戒线，只是参考线，各家信贷公司可以自行规定基准利率。具体到贷款人，贷款利率与个人信用息息相关，信用高，则利率低；反之亦然。

美国的大多数信贷公司没有背景，难以吸纳大量的民间资本，所以这些信贷公司只能出卖债券以获得资金。房产债券则通过华尔街打包公司将房屋债权打包卖给各类基金、银行和保险公司等，吞下这些债券的投资者则准备在家坐吃贷款人按照约定归还的本息。

在美国形成了一个长长的金融产业链：信贷公司、债权打包服务公司、投资银行、信用评级等中介公司、投资基金、投资基金的投资人，他们如同一根绳上的蚂蚱，房地产繁荣时，他们一荣俱荣；房地产泡沫被戳破时，他们一损俱损。

但是，被房地产牛市催生出来的次贷市场是一个既不成形又不规范的市场，看似浩浩荡荡，却缺乏流通性与信息透明度，甚至连投资人都不知道自己的债券到底值多少钱。房产利好时，他们赚得不亦乐乎；但随着加息周期的到来，房产盛宴戛然而止，还不了按揭的不幸者越来越多，最终导致这个长而不稳的金融产业链的断裂，一场空前的次贷危机席卷美国。

当然，受次贷危机的能量波及的远不止美国。随着时间的推移，美国次级按揭贷款市场危机日益升级，成为世界“宠儿”，在经济领域兴风作浪，小干戈引发大风暴，在美国、亚洲乃至全世界都引发了不同程度的负面效应。股灾、大型金融机构倒闭、中小企业破产、房地产商血腥洗牌……所有的经济困境一拥而上，考验着世界对经济变局的应对能力。

到2008年7月，次贷危机已向全球发起了四波冲击：

第一波，始于2007年7月、8月，次贷危机开始爆发，大批与次级住房抵押贷款有关的金融机构破产倒闭，美国联邦储备委员会被迫进入“降息周期”；

第二波，从2007年年底至2008年年初，花旗、美林、瑞银等全球著名金融机构因次级贷款出现巨额亏损，美联储和部分西方国家央行不得不联手干预；

第三波，2008年3月，美国第五大投资银行贝尔斯登濒临破产，美联储紧急救援，并大幅降息75个基点；

第四波，2008年7月，美国两大住房抵押贷款融资机构——美国联邦国民抵押贷款协会（房利美）和美国联邦住宅抵押贷款公司（房地美）奄奄一息。

次贷危机像一个巨大的敛财机器，疯狂吞噬着人类积累的财富，人人谈“次贷”失色，很多人认为此次危机比2000年的纳斯达克网络危机有过之而无不及，这将是美元作为世界货币时代的终结。

作为世界经济的轴心，美国经济“牵一发而动全身”，全球经济在未来不安的状态中被迫步入经济滞涨期。

普世性的经济减速

“习惯的链条在重到断裂之前，总是轻到难以察觉！”自2001年以来，世界经济步入增长周期，连续的增长让人们忽略了增长只是经济周期的某一个片段，或许此轮前所未有的繁荣就要探到顶了。到2006年，以美国为经济增长引擎的世界经济，出现降温的痕迹。原本隐藏在繁荣中的危险因素，如通货膨胀、房地产市场崩溃、金融海啸等，一一浮出水面，蚕食着世界经济多年积累的经济成果。

随着这种经济负面因素所产生的停滞效应和滞后效应，伴随着2007年美国次贷危机的爆发，2008年的世界经济迈入更深的泥沼，发达国家集体陷入衰退的阴影。翻开每一个国家的经济报表，上面的数字大都不能让我们对未来一段时间的世界经济保持足够的乐观。

在这场世界性的经济大考量中，美国除了吞下世界经济减速的苦果，还要成为首当其冲者，其承受着更为残酷的经济压力。2008年的美国，不得不在滞涨中苦苦挣扎。次贷危机像一个放大镜，彻底放大了衰退的美国经济。整个2008，美国经济几乎没露什么好脸：大批金融机构甚至资本大鳄在这场风暴中丧生；房地产市场持续恶化，到2008年10月，住房价格仍远未见底；就业率破天荒一路下跌，到10月，已达到6□1%，尤其是非农业就业岗位的急剧缩减，恰恰是美国就业市场进入疲软期最有力的见证；通货膨胀仍然居高不下，很难回落到3%之下，美国消费者承担着企业所转移的成本压力；美联储降息空间有限。就连一向乐观的经济学家也对美国经济判了“死刑”，新科诺贝尔经济学奖得主保罗·克鲁格曼忧心忡忡，“美国经济下行势头明显，失业率几乎可以肯定将达到7%，升至8%的可能性也很大。目前美国失业率为5年来最高的6□1%。”美国经济毫无争议地进入“严重衰退”期。

索罗斯把英国经济比喻成希腊悲剧，因为英国央行在英国经济即将陷入低迷之前，还不得不维持目前的利率水平。尽管与美国相比，

英国的经济要景气得多，但英国的经济报告无一例外对未来抱有悲观态势：“英国经济正面临类似20世纪90年代的衰退”；“英镑走贬无法避免出口导向的经济呈现衰退”；“英国央行2009年将降息至3.5%，目前为5%，不过这对进入下行甬道的经济也仅是杯水车薪”。2008年春天看着遥远的乌云，慢慢在头顶笼罩，有些企业已经开始感知到这片乌云的分量。尤其是9月以来，随着金融海啸的蔓延，英国一片风声鹤唳——通货膨胀率上升到4.4%，房价下跌了近12%，每4分钟就有一个人宣告破产。

与美英相比，欧元区经济所受到的冲击要缓和得多。但从2008年第二季度开始，欧元区经济首次出现负增长，欧洲出口企业因欧元持续走强而逐渐丧失生命力，各国经济敏感指数、商业景气指数均持续下跌，通货膨胀率却居高不下。9月金融海啸的肆虐，让大量购买美国银行衍生产品的欧洲银行饱受全球金融危机煎熬，欧元区噩耗不断，有越来越多的金融机构提前进入了金融风暴的黑名单。

日本经济一贯坚持的“停滞”状态也被打破，到2008年第二季度，也同样出现了负增长，尤其受世界加速度慢下来的大背景影响，日本出口大幅下降。小企业破产成为日本经济日趋萧条的另一表现，2007年就有14 015家日本中小型企业破产，而到2008年，仅9月破产案就高达1 408起，日本成为实实在在的中小企业“破产大户”。

……

经济周期的循环、次贷危机余波未了甚至带来金融风暴，世界经济如履薄冰。在全球性的经济风暴中，由于全球化、一体化的加剧，没有哪个地带可以产生免疫力、铸造避风港，中国也不例外。

有人曾质疑中国经济带给人的迷惑性。“盛世买古董，乱世买黄金”，为什么在中国，古董与黄金都比着翻番涨？中国，到底是乱世还是盛世？今天的中国，处于乱世与盛世“觥筹交错”的时期，世界经济处于乱世，而中国经济恰恰与乱世擦肩而过，仍然处于盛世，世界性的乱世不断向中国渗透，中国内部又是盛世。所以，中国盛乱很难一

锤子定音。不过，抛开中国盛世论，世界性的乱世经济的确让中国感受到了瑟瑟寒意，倘若出现“西边雨”，中国也不可能心安理得地“东边日出”。

改革30年，打破了我国与别国的藩篱，也加强了我国对世界的依赖。亚洲金融危机已为我们提供了前车之鉴。高盛的预测模型显示，全球需求每下降1个百分点，将会导致中国的出口增长率下降6□2个百分点；而中国的GDP增长在很大程度上依赖于贸易顺差。2007年，中国的对外贸易顺差达到2 622亿美元，位居世界第一，成为推动中国经济增长的一驾强有力的马车。

过高的贸易顺差意味着中国经济增长因子过于单一，中国经济的增长过分依赖对外贸易。“安内”才能“攘外”，一个经济发展健康的大国，国内消费往往是促进经济发展的主要支柱，宜达70%左右。中国的贸易顺差一枝独秀，远远高于其他国家，这意味着中国的经济增长对经济全球化的依赖性加剧。一旦全球经济的某一个链条出现差错，中国的经济很难不受牵连：

一旦世界经济出现衰退，就会极大地削弱消费需求，尤其会削弱对中国出口产品的需求。一旦全世界的消费者由于经济紧张而捂紧了钱袋，“中国制造”业就要唉声叹气了。世界开始拒绝“中国制造”，但国内由于投资过热催生起来的大规模“中国制造”却不得不靠向海外输出大量产品维持生存与发展。在世界链条上，“中国制造”出现了避之不及的经济悲剧——产能过剩。消费者成了蛋糕，蛋糕变小了，吃的人却不少，甚至还增多了，必然会有人挨饿。需求在全世界范围内缩减，具体到企业，就是关乎生存订单的减少与提高产品价格的欲罢不能。

同时，世界经济尤其是美国经济越衰退，中国经济越显得强劲，人民币升值的速度就越快，这对于出口企业无疑又是雪上加霜。世界经济降温，中国企业尤其是中国制造就要出一身冷汗。次贷危机这只蝴蝶的翅膀已经煽到了中国。

中国的蝴蝶效应

1963年，美国气象学家爱德华·罗伦兹在一篇提交纽约科学院的论文中提出“一只蝴蝶在巴西轻拍翅膀，可以导致一个月后得克萨斯州的一场龙卷风”。美国的次贷危机为全世界带来了蝴蝶效应。

次级按揭贷款市场危机愈演愈烈，其冲击波的广度和深度还在不断加广、加深，尚未出现衰减的迹象。隔岸观火，大洋彼岸烽火连天，那么看似“春光无限”、风尚平浪还静的中国也不可能高枕无忧。

次贷危机发生时，中国房地产也是牛气冲天，也是在刀刃上跳舞。同时，中国资本市场也有缺陷，其防火墙其实在弗里德曼“世界是平的”思想体系和“长尾理论”的框架结构中，某种程度上就如马其诺防线般脆弱不堪。中国的资本市场存在着低利率和房价上涨过快的潜在风险，这一风险成为资本市场的薄弱链条，一旦发生断裂，则会是中国资本市场的一场灾难。

所幸，中国的信贷机构是“银行”独大，对贷款者的门槛较高，金融产业链也比较短。并且，有美国次贷危机在大洋彼岸敲响的警钟，政府也发现了房地产泡沫的苗头，连续打出宏观调控组合拳，实施从紧的货币政策，把房地产的牛头强按下去，并为中国金融体系安装了防火墙。即使出现世界性的经济危机，中国仍然保持稳健、较快的发展速度。2008年，中国第一、第二、第三季度GDP增长率分别为10.6%、10.1%和9%；第三季度虽有所放缓，但与低落的世界经济相比仍然让人感觉到了中国经济的强劲。

所以，中国不会重蹈美国的覆辙，更不会发生次贷危机。但是，面对次贷危机，中国经济也不是穿上了“软猬甲”，可以水火不分侵：

次贷危机所掀起的金融风暴虽然没有让中国的金融机构方寸大乱，但却为中国带来了巨大的汇率风险。次贷危机几乎让世界每个角落风声鹤唳，美国宽松的货币政策及美国经济衰退所造成的美元贬值，使中国成为世界流动资金的避风港，大量热钱流入中国。据中国

人民银行公布的数据，到2008年9月末，国家外汇储备余额为19 056亿美元。热钱涌入过多，加速了国内人民币的流动性，加大了我国通货膨胀的压力和宏观调控的难度。而且，热钱倾巢撤出时，也会给中国的经济安全带来风险。

金融动荡不安，大量资金不得不流向商品市场，抬高了石油、粮食、煤炭等资源的价格，增加了中国的进口成本，并推动了国内的通货膨胀。2008年1月至5月累计，全国居民消费价格总水平同比上涨8.1%，流通环节生产资料价格同比上涨16.7%。

危机对中国的间接影响是导致出口疲软。在2007年，由于美国及欧洲需求减弱，导致我国的月度出口增长率已从2007年2月的51.6%下降至12月的21.7%。2008年下半年，我国对美出口金额增长8.88%，同比上年同期回落近9个百分点。由于财富缩水，与奢侈品相比，价值较低的生活必需品更受欢迎，廉价蔬菜、肉类逐渐摆上他们的餐桌；国外消费者的日常生活用品消费也逐渐趋向耐用与实惠。

大洋彼岸的蝴蝶效应在中国的杀伤力似乎不强，中国经济可以面不改色。但这只是宏观走势，具体到每一个微观个体，尤其是出口依赖型中小企业，次贷危机带给他们的依然是生死考验。

“活着，还是死亡，这是个问题。”自2007年以来，我们就不断听到企业倒闭的噩耗。尤其是被称为中国经济增长两大引擎的珠三角和长三角，那里企业密集型的倒闭更是让人瞠目结舌。2007年初，广东省惠东市有3 000家造鞋厂，仅仅过了15个月，就有500家造鞋厂破产。

被记在死亡册上的企业多是中小企业，他们在享受着“船小好掉头”优势的同时，也承担着更大的风险。一旦次贷危机、成本上涨、市场萎缩多管齐下，他们将由于抵抗能力和生存能力差而迅速缴械。中小企业在次贷危机面前的表现，就不像中国的宏观经济那般从容了。次贷危机带给他们的危机有：

市场不断萎缩

对于大多数中小企业，他们不愿也没有能力走多元化道路，所以他们为自己定义的市场可能会非常狭窄；甚至某些中小企业的企业家会有些偏执狂，要穷尽一生的光阴来耕耘这一小块市场。这种市场专注令人钦佩，但也埋下了祸根，一旦市场由于某种原因急剧萎缩，这些单一的市场开拓者将无所适从。次贷危机所导致的国外需求锐减，让很多制造类企业尝到了过度依赖出口市场的“苦头”：

在广东东莞大岭山镇这个扛起“中国家具出口第一镇”大旗的地方，大多数企业步履维艰。远大家具董事长这样倒苦水：“现在有一句话就是，做得越多就亏得越多。”

美尔雅进出口贸易公司总经理李克国悲叹：“像去年我们春交会大概有两千万美元签单，那么今年我估计可能也就是一千三四百万美元吧。”

在义乌国际商贸城，一位圣诞工艺品的小老板，除了在互联网上关注美国次贷危机发起第几次冲锋外，就是百无聊赖地看电视。圣诞工艺品的外贸旺季已经结束，但他只完成了去年同期三分之二的外贸订单。如果次贷危机继续兴风作浪，到2009年，他也只能卷铺盖回家了。受成本上涨的影响，圣诞礼品出口利润率已经不到5%，薄利却不能多销，只要不亏损就是万幸了。

需求减少还不是导致市场萎缩的所有因素，美元贬值甚至欧元贬值也让这些中小企业不堪重负，义乌兄弟星灯饰有限公司总经销王杰富深有感触：“不光是美元贬值，北京奥运会后欧元对人民币汇率也从10□6跌到了9□2。现在外商过来拿货，在计算器上噼里啪啦一算，发现去年可以赚的钱今年已经赚不到了，于是就不买你的了。”

成本提高、中国出口退税下调、加工贸易政策变化，几乎把中国制造的低成本优势消融得一干二净，很多贸易商把目光瞄准了成本更低的印度、越南等地，毕竟他们也不想把鸡蛋放在一个篮子里。

一个全世界做蒸汽机再好的企业，在今天也难以存活，因为他们在市场已无立足之地。经济萧条期，再完美的奢侈品，也可能无人问津。同样道理，海外市场萎缩，也让中国制造承受着切肤之痛。

成本日益提高

资本很识相，在次贷危机的打击下，金融机构也是“泥菩萨过河自身难保”，趋利避害的资本纷纷流入商品市场，导致成本大幅上涨。除了涨得离谱的原材料成本及大势所趋的劳工成本，还有巨大的运输成本。美国劳工部统计，40英尺标准集装箱从上海到美国东海岸，平均成本已经从2000年的3 000美元上涨到2008年7月的8 000美元。

运输成本的暴涨，剪断了外国进口价格与中国廉价劳动力的套利关系。其中，家具、制鞋、工业机械等价值与重量比率偏低的企业受到的冲击最大。在高涨的运输成本压力下，有些国家不再舍近求远，开始加快进口市场的本土化与就近化。美国与墨西哥的贸易日益密切，墨西哥出口到美国的总量正在以每年7%的速度增长。美国加州一家制造航天、激光、医疗科技与钻油设备等的公司，被运费所逼，由过去向亚洲采购零件转而采购美国本土制造的零件。

尽管到2008年9月，部分能源价格有所下滑，但运输成本提高所带来的滞后效应依然存在。

资金短缺

次贷危机虎视眈眈，中国政府屡屡亮出“货币紧缩”的金牌，以避免中国经济由于过热而陷入雷区。货币紧缩提高了银行的门槛，小企业根本入不了银行的“法眼”，陷入贷款无门的困境。所以，对于大多数中国企业来讲，银根紧缩并不是好消息。银行过紧的信贷政策，会对那些房地产类、劳动密集型等资本需求量大的企业，产生较大冲击。他们现在正处于生存发展的冬天，稍有不慎，就有可能倒在资金链断裂上。

同时，站在次贷第一线的外商，受次贷牵累，出现资金链紧张或断裂等财务危机，还有一些在国内的采购商，由于无法偿还债务而破产或溜之大吉。

宏观局势日益严峻，外商又频频在资金链上栽跟头，这使得中国企业的日子更加难过。

在温州，最忙的除了为生存奔波的企业家，还有中国出口信用保险公司的员工。他们无奈地表示，“我们最近隔三差五地加班加点，几乎每天都要给出口企业做报损材料。受次贷危机的波及，很多海外企业资金周转出现问题，导致了破产、拖欠货款、不还款、拒付款等赖账现象的发生率直线上升。在温州的出口企业中，以皮革行业、电器行业以及汽车摩托车配件行业受损最为严重。”截止到2008年6月11日，中国信保当年已经为投保的温州出口企业赔付95万美元。

在义乌，外贸公司拖欠货款成了家常便饭，很多“两三名业务员，几台电脑，几张办公桌”的外贸公司，由于资金链紧张逃到境外。

资金链是企业的生命线，企业之死大多死在资金链断裂上，销不出货、贷不到款、拿不到货款，把企业的资金链绷得紧紧的，长此以往，“企将不企”。

走不出的低价怪圈

中国制造在短短的时间内崛起，并成为“世界工厂”，一方面源于中国改革开放所产生的巨大推动力，另一个重要因素是中国制造的低成本优势。

随着成本上涨，很多中国制造企业已经无法承接低成本的订单，价格被外商压得太低，他们几乎没有利润可赚；而一旦他们提价，外商就会转而寻找越南等低价产品区域。

在广东，一位玩具厂老板有800名工人，每年出口价值1 000万美元的玩具和儿童家具，但从2006年开始，他的成本每年上涨30%，却提不得价：“我们的利润已经没有了。如果今后几个月里情况没有改变的话，这个厂只好关门大吉了。”以至于有人说：“恐怕集世界上全部的才智和汗水都难以拯救这家工厂。”

浙江一家出口服装的贸易公司，不再接沃尔玛的订单了，因为沃尔玛出价太低，工厂根本无法做，沃尔玛“也不在一棵树上吊死”，把

20%的服装订单转移到越南、柬埔寨了。

国外采购商也感受到了中国制造的冬天，中国制造的这块肥肉已经没多少油水可榨，他们开始处处撒网，给自己留后路。德国零售商TKI有限公司，在孟加拉、印度都有工厂，哪里便宜就在哪里下订单，所以他们不会买“中国企业提价的账”。

利润下跌，为了生存，一些企业被迫偷工减料以保证微利，结果在质量上卡了壳，又给外商坚持低价提供了把柄。

转来转去，中国制造还是走不出低价怪圈。

他山之石：冷观越南金融危机

次贷危机犹未尽，越南的金融危机也来“插科打诨”，和草木皆兵的世界经济开了个不大不小的玩笑。

2008年5月，世界的经济地图上，再次出现经济黑洞，不起眼的越南，掀起轩然大波。

自2007年底显现的越南金融风险到2008年5月已演变为明显的金融危机，5月越南消费者物价指数（CPI）涨幅达到了25□2％；短短8个月的时间内，越南证券交易指数从1 106点下跌到了396点；胡志明市某些地区的房价已经较去年底下跌了约50%；交易员预计在未来12个月内，越南盾兑美元将贬值超过1/3。此外，还有继续扩大的贸易逆差、财政赤字、外债累累。

越南经济乱象丛生，主要源于以下原因：越南政府“鱼和熊掌兼得”，既要引进大量外资，以促进本地经济的发展，又不希望资金外流，不惜一切代价支持本土企业的发展。不知不觉中，银行的钱袋松开了，从而导致经济过热——通货膨胀，同时股价飙升、楼价也节节攀升。经济过热暗藏杀机，越南政府应及时刹车，但政府不愿意为当时的“大好经济形势”泼冷水。经济持续走高、过热，超出了越南政府的控制力，最终演化为一场声势浩大的金融危机，股价、楼价大跌，从而爆发金融危机。

由于金融危机，越南处于水深火热中。大家更担忧的是，越南的金融危机会不会重蹈11年前亚洲金融危机的覆辙？越南是否会成为亚洲甚至全球性的经济危机的“多米诺骨牌”效应中的第一块骨牌？

同时，越南金融危机给了中国两个危险信号：一是越南金融危机会不会产生传递效应，波及中国，给中国经济尤其是资本市场带来冲击；二是中国也存在与越南相似的经济问题，如通货膨胀，中国会不会由于CPI居高不下，而陷入经济困局。

中国的经济不至于脆弱到被越南金融危机这根稻草压倒：与越南相比，中国拥有的外汇储备规模十分庞大，提高了安全系数；针对中国经济过热的状况，中国政府也有所行动，多次上调准备金率，这是过剩流动性的对冲，有利于控制通货膨胀、加强政府对各项宏观经济指标的调整，还能有效预防越南金融危机所引发的大量外汇、热钱的涌入。所以，上调存款准备金率，等于是给中国的经济构筑了一道防火墙，有助于避免通货膨胀从结构性向全面性转移。

因而，越南危机对中国经济的影响有限。唯一受影响较大的是在越南安家落户的中资企业。危机来袭时，大部分中资企业“厚道”得多，他们没有临阵逃脱，而是在观望中采取各种措施以求生存。

压缩成本是中资企业作出的第一个应急反应。尽管很多国内企业曾一度羡慕越南中资企业低成本的好日子，但受越南金融危机困扰，这些中资企业也郁闷起来：“目前的市场需求量仅仅为去年同期的30%，而且市场还在进一步萎缩。大家除了食品以及生活必需品，很少再买别的东西，有钱则更倾向于兑换美元或人民币。相对于市场萎缩，则是原材料价格的飞涨，企业只要启动运营，就很难控制住成本。”动一动，就要伤筋动骨，所以他们宁可选择保持小规模经营，甚至不作为，以避免消耗过大而成为这场危机的牺牲品。

烟台冰轮（越南）有限公司用5年的时间来培育越南市场，“走了一条先销售后制造，先市场后建厂的稳健路子。因为我们5年的经验已经证明了越南这个市场非常大。”越南特有的资源禀赋让这家颇有眼光和魄力的企业沉醉——越南先天条件优越，水产养殖发达，对工业冷冻与食品加工冷藏设备的需求量大，市场利润高。视野回到国内，腾笼换鸟正进行得如火如荼，烟台冰轮整整早了5年。他们的“敢为天下先”，让他们在世界经济的版图上占有了一席之地。面对这场金融危机，他们的对策是节约开支、降低原材料采购成本、加快应收账款回收力度、挖掘市场潜力、多方筹措资金、丰富高利润产品。

为了躲避贸易壁垒，亚洲最大的蜡烛生产企业——青岛金王在2008年5月就把韩国工厂迁移到越南，他们不仅可以借助越南这块风水宝地巧妙躲过欧美国家实施的贸易壁垒，还获得了越南劳动力成本低廉的实惠，越南的劳动力成本仅为中国员工的一半。为应对越盾贬值，他们与客户结算时全部用美元。

随着次贷危机的光环越来越耀眼，越南金融危机的“热度”逐渐消退，至今已很少被经济学家、媒体大肆提及。然而，越南金融危机仍然为中国经济敲响了警钟，而中资企业在越南的从容表现更值得国内企业借鉴。

次贷危机仅仅走完了三分之一

越南金融危机最终没有重蹈11年前的覆辙，让我们长舒了一口气。但次贷危机却越演越烈，丝毫没有见底的迹象。2008年6月，美国著名的对冲基金经理约翰·保尔森悲观预计：“次贷危机仅仅走完了三分之一。”2008年7月，美联储主席伯南克作出暗示，这场危机很可能会持续到2009年。

3个月后，保尔森的预言得到验证。次贷危机再次发酵，向世界经济发起第五轮冲击，华尔街的泡沫神话彻底被戳破。贝尔斯登和雷曼兄弟两家投资银行先后阵亡，房利美、房地美、美国国际集团等房地产和保险巨头则奄奄一息，亟须美国政府伸出援助之手，世界经济被这次金融飓风卷入更深的旋涡。倒闭、裁员、救市成为2008年9月、10月以来出镜率最高的世界性词汇。美国出台了多个救市政策，而法国、瑞典、比利时、荷兰等国也一掷千金，推出千亿救市方案。

面对动荡加剧的国际金融环境，中国政府也重拳出击：

从2008年9月16日起，下调一年期人民币贷款基准利率0.27个百分点；存款基准利率保持不变。从2008年9月25日起，除工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮政储蓄银行暂不下调外，其他存款类金融机构人民币存款准备金率下调1个百分点，汶川地震重灾区地方法人金融机构存款准备金率下调2个百分点。

贷款降息是银行向企业放松钱袋的信号，有利于降低企业的贷款成本，减轻财务负担，以救中小企业于水火之中。货币政策回暖，让中小企业看到了春天的希望。

然而，政府撑起的保护伞再大，也不可能将中小企业悉数保护。货币政策往往具有时滞效应和累加效应，先前紧缩的货币政策影响依然存在，而降息的货币政策对中小企业的传导作用尚需时日，资金问题仍然是中小企业的老大难。自2008年9月以来，世界经济中了次贷危

机更深的毒，大面积的恐慌除了因为老百姓的财富的确缩水了，还来自他们的心理层面，他们的消费需求被抑制到更低的层面。

随着新一轮金融风暴的肆虐，有些苦苦挣扎的企业终于无力回天轰然倒下。2008年10月，全球最大的玩具代工商之一——合俊集团旗下两工厂倒闭，6 500名员工失业。由于成本上涨、人民币升值、融资无门、对美洲市场过分依赖等负面因素齐发力，这家已是3个世界玩具知名品牌代工厂的玩具大亨在2008年上半年就亏损2亿港元，而金融风暴又在这些企业难以愈合的伤口上撒了一把盐。所以，“合俊集团能撑到现在已经不容易了”。

无独有偶，合俊集团部分工厂的倒闭还没走出舆论的焦点，与合俊规模相当，同样为美泰、迪斯尼等知名品牌代工的另一大玩具巨头——中山崇高玩具公司也因不堪重负而裁员6 000人以解燃眉之急。他们订单不敢多接，好多工人闲着，每人每月只能拿700多元的最低工资，欠供货商货款，2008年上半年税前亏损3 104万港元。

如果说2008年9月之前的寒冬还不够寒冷，很多靠品牌、质量过冬的企业还能应付，那么自9月就肆虐的金融海啸则让他们感到酷冬的阵阵寒意：大森制衣集团是一家年产值千万元的服装出口企业，他们也一样不可避免地要面对锐减30%的订单；不堪金融风暴重击，AIG（美国国际集团）申请破产，导致2008年6月刚刚启动的力帆汽车AIG合资项目遭遇流产，同时力帆的出口量由于国际银根紧缩而缩水。

被金融风暴魔咒缠身，大企业尚难自保，小企业的遭遇更差，撑不下去的大有人在，勉强撑着的是“缺钱，更缺信心”：

在香港，仅2008年10月中上旬，就有50家港企申请清盘，平均每天有3家企业清盘，连老字号泰林门店也难逃厄运。

在温州，大批素以坚韧著称的草根企业也染上了破产或停产的“瘟疫”，他们中一半以上以出口为主的服装加工厂处于停产或半停产状态。作为浙南最大的服装生产基地，温州乐清早无昔日熙攘繁忙的场面，燎原之势渐成星星之火。高成本压低了他们的利润，一件出厂价

105元的西服，利润还不到5元钱。然而即使薄利，也不能多销，他们在价格上的委曲求全换来的却是由于汇率变动所导致的订单骤减，更让他们郁闷的是有幸抢到订单，辛辛苦苦完工，接到的却是外商恶意悔单的噩耗。

“如果你在错误的路上，即使奔跑也没有用。”次贷危机仅仅走完了三分之一，美国经济痊愈尚需时日，少则两三年多则四五年，长路漫漫，再有生命力的企业恐怕都会在等待中敬候暮霭中的丧钟敲响。企业不能把所有希望都寄托到美国经济复苏上，唯一的出路是勇于变革，寻找每一个可能生存的夹缝。

独辟市场蹊径

次贷危机对中国制造的冲击集中体现在市场层面上，企业对海外市场尤其是美国市场的依赖性越强，受到的冲击就越大。中国企业只有改变单一的市场方式，避免市场过于狭长化，学会“狡兔三窟”，才有生存的可能。

虽然世界经济普遍不景气，但也不都是旋涡，除了欧美是重灾区，中东、南美与非洲则要“和平”得多，如果稍稍改变市场的风向标，也能在海外市场站稳脚跟：

江苏春兰进出口有限公司的海外市场重头戏在欧盟、中东、南美、非洲等地，避免了与次贷危机的正面交锋，2008年上半年春兰在国外市场的销售额增长22.4%。

在义乌市，虽然有大批中小企业倒闭，但也有逆势飞扬者，很多中小企业嗅到次贷危机的苗头，转而开拓俄罗斯、德国、西班牙市场，给自己留下了转身的空间。因而，义乌市外贸部门的统计数据显示，2008年1月至9月，金华海关接受义乌小商品出口报关单21.25万份，还比2007年增长了28.38%。

当很多企业虎视眈眈盯着世界的市场版图亮剑海外，甚至连一个犄角旮旯都挖空心思要占领时，却犯了“骑驴找驴”的错误。与疮痍满目的美国经济相比，稳健的中国市场才是最大的避风港。有不少企业已经开始尝试“两条腿走路”，内销外销两手抓，且两手都要硬：

武汉服装出口大户爱帝服饰原来把大部分精力都放在开拓海外市场上，受次贷危机“毒害”，他们开始放眼国内市场，并一口气在国内开了五六百家店。外贸巨头美尔雅也跃跃欲试，在保证不丢掉出口贸易的同时，向国内市场试水。山东皇明太阳能集团有限公司是生产太阳能热水器的大户，主要靠向海外销售昂贵的太阳能设备赢利。这些昂贵设备之所以在国外畅销，在于很多欧美国家对绿色环保设备的大宗采购有补贴。经济不景气，一些国外政府砍掉了这部分支出，没有

政府撑腰，海外客户也不那么财大气粗了。皇明借坡下驴，借中国的环保热向国内市场转移，如向基础建设部门推广太阳能交通灯、草坪灯等产品。

一场次贷危机，彻底粉碎了中国制造的“世界工厂”梦，也让企业感受到了欧美市场依赖症所带给他们的煎熬。这次危机，把他们带出了安乐窝，“出口转内销”对企业来说，是机遇，更是挑战。

然而，外销转内销并不是包治百病的灵丹妙药，一些100%依靠外销的中小企业，在国内不但叫不响自己的牌子，甚至因为做OEM，连牌子都没有，也没有足够的渠道，内销无疑是白手起家，风险也不小。

控制成本

在西方，有这样一则民谣：

丢失一个钉子，坏了一只蹄铁；

坏了一只蹄铁，折了一匹战马；

折了一匹战马，伤了一位骑士；

伤了一位骑士，输了一场战斗；

输了一场战斗，亡了一个帝国。

勿以恶小而不制。当丢失一个钉子时你可能还认为是微不足道，那么，当一个帝国岌岌可危时，你已无力回天，再回头寻找那个致命的钉子时，却发现为时已晚。一场小小的危机足以让企业毙命。

勿以善小而不为，任何看似微不足道的省钱细节，都可能救企业于危难之中。控制成本是一个庞大的命题，精打细算也不应在压低原材料与劳工成本上止步。

对于那些擅长漂洋过海与外商打交道的企业，对采购成本的控制显得尤为重要。很多外商为了降低采购成本，会逐步减少商务旅行和参加展会的数量。为了弥补这种缺陷，电子商务开始大行其道，国内有不少企业已经尝到了追赶电子商务这种交易潮流的甜头。嘉兴市日信塑胶实业有限公司从2007年2月成为阿里巴巴“高级中国供应商”会

员，在8个月内的时间积累了20多位海外客户，该公司负责人对此乐此不疲，“订单不会从天而降，通过电子商务直接与外商面对面交易，不光可以减少交易环节，也增加了拼单的胜率。”

武汉诗发绣品工艺公司意外地通过网络承接了美国陆军部队制服肩章的刺绣工作，网络外贸生意已占该公司80%的收益。谈起网络生意，该公司的负责人津津乐道：“网上谈生意，常常让你意想不到，从不认识到成交，30分钟搞定。”

在美国，有一位女性从孕妇难看的内衣找到了商机，她认为难看的内衣大有文章可做，于是给当地的商会写信，建议生产漂亮的孕妇内衣，但当地商会不予理会。后来，这位聪明的女性通过互联网与浙江一家生产内衣的企业合作，以差异化赢得市场，双方实现了双赢。

穿好品牌这件救生衣

“什么是‘品牌’？‘品牌’就是当别人都死掉的时候，你还活着，你就成了‘品牌’。”危机面前，品牌成为最后一件救生衣。

作为企业的一张脸，品牌彰显的不仅是企业的文化与品质，还是维系市场与消费者的黏合剂。拥有品牌的企业，可以理直气壮地以原材料涨价为由提价，也可以在订单萧条时仍然拥有忠实的老客户。2001年美国经济低迷时，老百姓攥紧了钱袋，但在高档消费品之列的星巴克却生机勃勃，甚至创造了比昔日更好的业绩。由于对星巴克的品牌认同，即使星巴克提价，消费者仍然络绎不绝。

以加工和外贸为主的利时塑胶有限公司，为保住“利时”品牌的含金量，不断进行创新，从功能、外观到材质，最快时每天平均有3～4个新产品面世。创新大大提升了产品的附加值，产品已经从平均每个3美元提高到12美元，订单并没有因提价而萎缩，反而增加了。凭借品牌这把利剑，利时在日益缩小的市场蛋糕中切下了更大的一块。

企业，不应该成为池塘里的鸭子——由于暴雨的缘故水面上升，便开始在水的世界之中上浮；由于河水干枯水面下降，便开始在水的世界之中下沉。一旦企业卖出的是品牌，而不再是产品或原材料，就不会随着水面沉浮而被动升降，而是会始终保持良好的制高点。

化宏观经济之“危”为企业之“机”

美国Lockhead Martin公司前任CEO——奥古斯丁曾这样告诉我们：“每一次危机的本身，既包含着导致失败的根源，也孕育着成功的种子。发现、培育以便收获这个潜在的机会，这就是危机营销的精髓。”危机公关的最高境界就是化危为机，这才是高手之道。

今天，次贷危机给企业带来了最为残酷的生存危机。

有人曾把危机形象地比喻成脖子上的一条围巾，把企业比喻成一个人。有的企业被这个围巾勒伤、甚至勒死，但是也有企业将它作为

服饰的点缀或者用来取暖，锦上添花。危机面前，只要公关有道，就能化危为机。

我们都知道半瓶水的故事：面对半瓶水，悲观者说，“糟糕，只剩半瓶水了”；乐观者说，“不错，还有半瓶水呢”。次贷危机所带给我们的也不全是噩梦，在噩梦中还潜藏着机会，富有远见和卓识的企业可以借行业洗牌之机改变在市场中的地位。

第二次世界大战之前，好莱坞还名不见经传，远不如今天这般在世界享誉盛名。战争期间，欧洲电影企业纷纷倒闭，好莱坞电影乘虚而入，得到发展的机会；20世纪70年代，由于石油危机，好莱坞电影在海外市场开始碰壁，然而东方不亮西方亮，好莱坞转向国内，挖掘曾被边缘化的黑人消费者，推出符合黑人观众口味的电影并从美国国内向非洲进军，如今美国电影已占有了非洲一半以上的市场份额。

在次贷危机四处蔓延的今天，有些企业仍然能抓住稍纵即逝的机会。2008年6月，美国亚特兰威汉公司带来美国的9块地在中国拍卖。次贷危机让美国的承建商无力偿还银行债务，为缓解资金链危机，他们把这几块地以低于原价50%的超低价卖给威汉公司，威汉公司在危急时刻低价买地，等到局势回暖房价上涨时，就可高价抛出，一进一出，威汉公司赚得盆盈钵满。

“在大海上航行的船没有不带伤的”，关键只在于怎样处理它的“伤口”——是顽强地斗争，以显示一种对正当权利的自我捍卫，还是积蓄最后爆发的力量？

次贷危机，是企业在航行中避无可避的暗礁巨浪，为赢得生存，企业就要学会寻找突围之路，力挽狂澜，扭转败局。次贷危机总有一天会烟消云散，在生死线上苦苦支撑的企业，一定要“熬”下去。只要坚持活下来，才能赢得未来世界与中国经济的稳定发展，那才是真正的“剩”者为王。经过洗礼，枝更繁，叶更茂！

“狼来了”的经济学故事（1）

新法欲来，风满楼?

多年来持续上涨的劳动力成本，让企业如鲠在喉，难以下咽。《2007中国农民工(蓝领)报告》显示，2007年国内农民工收入普遍上涨200元，月收入达到1 200元左右。新《劳动合同法》“不合时宜”的出台，则让企业在“狼来了”的呼声中仓皇失措。

今日的果，来自昨日的因。劳动力成本上涨是人道主义与市场经济双重作用的结果，我们没有任何理由去干预劳动价格的上涨。

谁给农民工涨工资？供求关系。随着经济的鼓点越打越快，世界资本都在觊觎中国低廉的劳动力成本，越来越多的劳动密集型企业星罗棋布，中国也由此摘得“世界工厂”的桂冠。然而，劳动力也不是滔滔江水，用之不尽取之不竭。企业招工的胃口大开，导致一波又一波的“民工荒”接踵而至，劳动力短缺，工资上涨水到渠成。

墨菲法则告诉我们，该来的总会来。这是一个资本不能一手遮天的时代，人本渐渐浮出水面，并成为人道主义的一张醒目名片，民众、社会和历史都在呼唤人本。赋予市场经济以人道主义，道德不断对资本独裁进行挑战和制约，给劳动者带来福音、撑起保护伞，这是世界经济的潮流，也是中国经济的趋势。所以，新《劳动合同法》是人本主义不断渗透的结果，是民意所向。

与新《劳动合同法》狭路相逢，顺势而行才能胜。然而，很少有企业能够心平气和地迎接2008年1月1日新《劳动合同法》的出台。

随着新《劳动合同法》出台的日渐逼近，企业对《劳动合同法》的恐惧如影相随，在他们看来，新法带给他们的都是坏消息：

人力低成本是中国企业的优势资源，旨在保护劳工的新法无疑是对人力成本的一次挑战，诸多企业的价格优势不复存在，其竞争力会大打折扣；这对原本利润空间狭小的企业更是一场生死考验，因为人力成本的提高会让他们不堪重负，利润再次被压缩，生存亦成问题；

无固定期限劳动合同帮助劳动者“重拾铁饭碗”，却不能附加以有效的激励机制，尤其是高新技术企业，创新、活力的缺失将会成为企业发展的瓶颈。企业会不会成为疗养院？新《劳动合同法》会不会矫枉过正，不利于中国经济竞争力的提升？

新《劳动合同法》还未出台，正反双方就在大小媒体甚至街头巷尾进行唇枪舌剑。正方认为，新法可以让中国尽早结束劳动力价格低廉的时代，有利于提升中国的竞争力；反方则认为，新法出台，过早削弱劳动密集型产业的比较优势，被新法逼迫的产业升级很有可能是早产儿。无论正反双方如何针锋相对，有一点却是毋庸置疑——新法将导致劳动力成本提高。

与旧《劳动合同法》相比，新《劳动合同法》为劳工撑起的保护伞越来越大，增加了工作地点和职业病危害等防护条款、工作时间和休息休假条款、合同到期前终止要付经济补偿金条款等等，这都让资方感到了成本之殇。

那么，新法实施后到底给企业增加了多少成本？2008年2月11日的《中国青年报》，向我们提供了这样一个调查样本：

以南京市一个不为员工缴纳五险、辞退员工不给经济补偿、不实行带薪休假的企业为例：

在社会保险方面，按照南京市的规定，企业为员工缴纳的最低社保缴费基数为每月1 189元，养老、失业、生育、工伤、医保五项保险合计每人每月缴费536.73元，其中个人承担140.79元，企业每月要为一名员工缴纳社保费395.94元。

辞退员工的企业需要给员工经济补偿，《劳动合同法》规定，企业与劳动者签订的劳动合同到期需要解除劳动关系，企业要向劳动者支付经济补偿，经济补偿按照劳动者在本单位工作的年限，以每满一年支付一个月工资的标准向劳动者支付。不满一年的按一年计算。也就是说，企业实际上每年支付给员工的工资不是12个月，而是变成了

13个月。以南京市职工最低工资标准850元计算，企业每年要多支付850元。

关于强制带薪休假的规定，员工在企业工作满1年以上10年以下必须带薪休假5天，否则要按照3倍工资支付加班费。企业对于这项的支出是：年工作日：365天-104天(休息日)-11天(法定节假日)＝250天；照此计算，员工每月实际工作日为20□83天，按照职工最低工资标准850元计算，每个工作日工资为40□8元，如果不允许员工带薪休假，企业每年要向员工支付612元。

以上3项，企业每年为每个员工多支付6 214元，按照南京市最低工资计算，企业的劳动力成本上涨了61%。

新法还未实施，企业已经开始叫苦连天：南京一家物业保洁工程公司，需要承担经济补偿部分和带薪休假部分，为公司每人每月增加122元，增加的劳动成本挤掉了他们14%的利润，而他们的毛利润还不过20%；南京一家加工出口铁制品的企业?新法实施后，他们就每月增加20多万元的工资；北京鼓楼一家酒店的老板每月要为其酒楼的400多名服务员多支出144万元的保险。

“狼来了”的经济学故事（2）

对于很多草根企业，新法实施点中的是他们的生存死穴，劳动力成本上涨直接让他们步履维艰。其中，让企业心忧的还有新《劳动合同法》力推的无固定期限合同：

《劳动合同法》规定：劳动者在满足“已在用人单位连续工作满十年”或“连续订立二次固定期限劳动合同”等条件后，就可以与用人单位订立“无固定期限劳动合同”。很多企业经营者认为，这看上去很美的新《劳动合同法》，是对铁饭碗时代的回归，为资方用人加了一道紧箍咒。

资方对这个“无固定限期合同”有一肚子苦水要倒：

“这意味着一旦签订无固定期限劳动合同，劳方就成了永久员工，资方要对其终身雇用。很显然，这一规定给资方用人加了一道紧箍咒。”

“对那些工作即将满十年的员工，是否要续签合约？对那些连续两次签订一年合同期限的新员工，在其第二次合约到期后是否长期留用？另外，一旦企业未来出现经营调整，新用工制度会否给企业带来过重的成本压力？”

“凭什么劳动者可以根据自己的意向选择是否在企业继续劳动，而企业便没得选择必须养他？”

……

事实上，“无固定期限劳动合同”只是为劳动者披上的一件保护衣，并未给员工贴上“永久员工”的标签。因为，根据《劳动合同法》第三十九条、四十条和四十一条的规定，如果员工出现违规，或者不能胜任工作的情况，同样可以被辞退。“无固定期限合同”这条“狼”没有企业所想象的那么可怕。

中国制造能够在世界经济铜墙铁壁的包围中披荆斩棘，如入无人之境，很大部分源于低廉劳动力价格这个镇企之宝。“休克疗法”之父

杰弗里·萨克斯在1992年来到中国时，曾这样评价：“我终于理解了9%的经济增长率意味着什么——一个从不停止运转的经济，工作昼夜不停地轮班倒以弥补失去的时间。对中国而言，需要弥补的时间是550年。”为贫穷压制的生存所迫，中国以牺牲青春年华为代价的辛勤劳动夺得了世界产业链的制造环节。

然而，劳动力价格低廉也有底线，更不是长远之计。

暂且抛开劳动力福祉、人道主义不谈，中国低廉的劳动力价格只能让企业向“垃圾产业群”靠近，很多坚持低工资的企业，以压低工人工资为王牌来获得利润，大大削弱了产业升级的能动性，导致了乱象丛生——就业无序、产值低下、能耗巨大、内部创新不足、产品溢价能力差、市场秩序被扰乱。长痛不如短痛，劳动力成本提高了，可以让企业尽早从低劳动成本依赖的阴影中走出来，汇入技术与创新主导型的主流中。况且，新《劳动合同法》并没有与市场规律背道而驰，只是把中国劳动力的工资趋向规范化与正常化。

新法以国家意志力的形式，扭转了市场在短时间难以改变的强资本弱劳力的不公平性，这是中国经济的一次跳跃。当然，跳跃会导致断层，尤其是对于那些没有准备过冬棉衣的企业，可能就是灭顶之灾。

新《劳动合同法》——福兮？祸兮？

愿意的人，领着潮流走，可能就是福；不愿意的人，逆着潮流走，可能就是祸。

在突围中沦陷

新《劳动合同法》尚未正式出台之前，不管多权威的经济学家为其正名，企业对新法恐惧的阴霾都挥之不去。不少企业如临大敌，从华为引发的沸沸扬扬的7 000人辞职事件，到奥林巴斯中国大撤退、沃尔玛无原则裁员……新《劳动合同法》引起的轩然大波始料未及，它即将出台的呼声似乎成了“狼来了”的恐慌号角。

2007年与2008年之交，一大批企业为应付新《劳动合同法》而焦头烂额。但是无论是华为的“敢为天下先”还是泸州老窖的“未雨绸缪”，都没有走出新法布下的局，反而有“赔了夫人又折兵”之嫌。

面对“来势汹汹”的新《劳动合同法》，一向低调的华为打响了规避新《劳动合同法》的第一枪。2007年10月底，任正非先发制人，掀起了一场轰轰烈烈的“7 000人集体辞职”的人力资源革命：华为公司包括任正非在内的所有工作满8年的华为员工，在2008年元旦之前，都要先后办理主动辞职手续，再与公司签订1～3年的劳动合同；废除现行的工号制度，所有工号重新排序。所有自愿离职的员工都会获得华为相应的补偿，华为将为此付出10亿元的代价。华为此举一经曝光，众说纷纭、褒贬不一：有人称之作秀；有人认为是造势；有人指责华为对新《劳动合同法》的恶搞；有人定位为打了政策擦边球；还有人将其看做“杯酒释兵权”。而华为的解释是“激发企业的活力和创造力”。全国总工会深入华为调查，认为“华为近期5 100名员工辞职再竞岗，在《劳动合同法》实施前夕进行，引起社会各种猜测、议论和评价，客观上造成一定的负面影响。华为必须采取相关措施以消除影响。”华为公司不得不中止部分员工辞职再竞岗工作。

2008年12月5日，泸州老窖股份有限公司销售公司北京片区为应对即将实施的新《劳动合同法》，要求所有员工签署一份由公司提供的辞职书。管理方告诉员工，“辞职”之后仍可正常上班，于是60多名员工陆续在辞职书上签字。北京市总工会对泸州老窖劝辞事件作出表态，称泸州老窖北京分公司单方解除了未到期的劳动合同，须承担违法解除合同的责任。

2007年11月初在东莞，一家五金运动用品厂，强迫工人签订自愿离职书和新合同，有1 000多名工人被迫签新合同，有130多名工龄在10年以上的老员工，因不愿签订新合同而被“扫地出门”，他们准备申请劳动仲裁。《劳动合同法》立法专家组组长常凯以及广东省劳动保障厅先后出来为工人讨公道，指明先辞职后上岗，仍连续计算工龄，该厂的瞒天过海术宣布破产。

……

由于对新《劳动合同法》的负面预期，很多企业千方百计寻找新《劳动合同法》的漏洞，裁员、成立虚拟公司等方法层出不穷，试图规避新《劳动合同法》所带来的用人风险，准备开展一场轰轰烈烈的资本与法律的博弈。但试图与法律分庭抗礼，往往是鸡蛋碰石头，不但不能规避风险、降低劳动力成本，反而会给企业扣上“奸商”的帽子，使企业品牌的美誉度与信誉度大打折扣。

巴菲特告诉我们，“我并不试图越过七英尺高的栏杆：我到处找的是我能跨过的一英尺高的栏杆。”挖空心思绕新法而行如同越过七英尺高的栏杆，可望而不可即，而一英尺高的栏杆则具有绕过的可能性。

不争的事实：劳动力成本上升

“祈求上帝赐予我平静的心，接受不可改变的事；给我勇气，改变可以改变的事，并赐予我，分辨此两者的智慧。”

——美国神学家尼布尔

即使不向上帝索要智慧，所有的人也都明白这样一个事实——劳动力成本以势不可当的力量上涨，而且这种上涨曲线将持续上扬，不会出现拐点。2008年，成本的持续上涨成为高悬在企业头上的一把刀，大部分中小企业对劳动力成本的上涨更为敏感。原材料成本、运输成本、用地成本上涨也是大势，但毕竟是螺旋式上升，且由于世界经济、供给关系、替代产品开发等因素的影响，还有下跌的余地，高明的企业还可以把这些成本直接转移到下游产业或者消费者；而劳动力成本上涨是刚性的，企业被逼到了死角，除了以“平静的心接受不可改变的事”，别无选择。新法“推波助澜”，企业也无讨价还价的余地。

2008年，劳动力价格迈入了高成本时代：

国家统计局2008年7月28日发布的数据显示，2008年上半年，全国城镇单位在岗职工平均工资12 964元，比2007年同期增长18.0%。

据外贸司五矿商会于2008年3月对五矿商会类115家企业的调查显示，有40%的企业认为2008年以来，劳动力成本上涨了10%～15%。

2008年9月海南省价格成本调查队对海南等18个市县的当前劳动力市场工价的调查显示，2008年海南省劳动力市场工价普遍提高，各个行业的提高率从28.56%到38.46%不等。

2008年春节后，广东东莞普工月薪905元，技工月薪1 352元，分别比2007年提高155元和252元。

2008年，上海家具行业每个工人的年工资上涨了近8 000元；《劳动合同法》实施以后，长三角地带小家电人力成本提高了约12%，算进总成本之后就增加了1%。

如果宏观数据过于抽象，具体到单个企业，这种上涨则表现得生死攸关：曾制造出中国第一台咖啡壶的亿龙电器的总裁，招工成为他最为头痛的问题，2007年以每月1 200元的工资标准招聘，一些工人还趋之若鹜，到2008年以每月1 500元的工资为标准都问津者寥寥，“虽然只相差了300元，但由于人民币升值，如果以美元来计算中国工人的工资，那么近三年差不多上涨了三倍。预计到2009年初，会涨到300美元。”

周银城是东莞云彩娇娃童装厂的老板，经过多年积累，他的服装加工厂已百余人，劳动力成本的提高大大压缩了他的利润成本。1999年刚创业时，工人的工资还不到其创造价值的三分之一，“现在相比于2003年以前，工资涨了一倍。加之物价上涨，行业成本上升达到30%～40%。”

广州一家做箱包生产贸易的工厂，为留住熟练工人，每年都将工资标准提高大约10%，还有各种保险及改善工人工作及居住环境等各种费用，平均下来每月在工资之外在每人身上还要多支出300多元。

……

在中小企业中，还有无数个像亿龙电器、童装厂这样的个案。劳动力成本上涨，与原材料的上涨跌落、人民币升值、次贷危机等集体作祟，改变着中国的经济格局：

外资撤离

人往高处走，资本却喜欢往低处流。中国价格低廉的劳动力优势让大批资本蜂拥而至，而逐渐抬头的工人工资，又导致了外资企业撤资潮的出现。

随着新《劳动合同法》的实施，仅截止到2008年1月21日，就有500多家台企搬离东莞。在青岛，韩资企业逃逸的经济悲剧也在不断上演，据韩国中小企业振兴公团青岛代表处下设的中小企业服务中心工作人员称，从2000年到2007年间，采取非正常手段撤离的韩资企业有206家，到2008年更甚。2008年春节后不久，一家名为“摩登工艺品

厂”的韩资企业老板人间蒸发，60多位工人的工资没有下文，厂房出租人还亏了20多万元的租赁费。

不仅一些不知名的外资仓皇逃出中国，一些知名品牌也开始认为“中国制造”太贵了。阿迪达斯总裁海纳提出，目前中国员工的工资要求不断提高，生产成本增加，公司打算今后将减少在华生产比例，他们转而“投奔”印度、老挝、越南和柬埔寨等工人工资更低的国家。无独有偶，鞋业巨头耐克也提出一些制鞋化工企业将生产基地迁往印度。据上海美国商会联合博思艾伦咨询公司发布的《2007～2008年中国制造业竞争力》报告显示，66家制造企业(多数为外企)中，有近20%的企业计划将工厂迁徙到印度、越南、泰国、马来西亚和巴西等国。

中国不再是某些外资眼中的香饽饽，很大程度上由于他们对不断攀升的中国劳动力成本的担忧。

国外订单“落井下石”

中国制造，曾是世界资本觊觎的一大块肥肉。

温州恒星烟具公司的陈建华告诉我们：“Zippo公司的打火机在沃尔玛的单个售价为20～30美元，最便宜的也要10多美元，而中国打火机的出厂价平均不到1美元。美国打火机厂的工人月薪在3 000～4 000美元之间，恒星打火机厂的工人月薪为人民币1 000元左右，约合130美元。”其中的利润账，谁都算得出来。

但是，“中国的劳动力涨价了！”这是地球人都知道的事实。资本是残酷的，它不会因为先前的中国制造为他们的几何数增长立下汗马功劳而不离不弃。对于很多代工企业，原来如雪片般飘来的订单成了零星的毛毛雨。

浙江一家曾经为耐克、阿迪达斯等诸多品牌做过代工的某服装企业负责人表示，在服装行业，劳动力成本一般占总成本的60%以上，劳动力成本上涨，导致他们的海外订单流失六成。

湖北多佳实业有限公司的老板也抱怨：“一些欧美的老客户正在把生意转给柬埔寨、越南、印度等其他亚洲国家的工厂，而我们的产品并非不可替代，特别是普通品种的议价能力较差，一旦欧美采购商在东南亚地区培养起了新的供应商，我们的订单将流失得更快。”

企业利润更加单薄

劳动力成本上涨及海外订单减少，传导到企业中，造成了中国制造业陷入生死危机的局面，在这场不见硝烟的战争中，越来越多的企业尤其是中小企业“阵亡”。

劳动力成本上涨一寸寸吞噬着企业单薄的利润，面对个人难以扭转的趋势，他们避无可避。

2008年3月，在温州，一家最多时候容纳300多人的厂子却只有50多人在工作。这家企业的厂主对新法敢怒不敢言：“如果按新法，即使有订单我们都得关门。企业必须为全部员工缴纳‘四金’，并严格控制

劳动时间。为了提高企业效能，我只能拒绝利润较低的订单，还压缩了产能。”人力成本的增加把单件衣服的利润从2元到3元挤压到了1元。

常州一家知名服装企业，有6 000多名员工，新法实施前，只为1 000多人交了社保，随着新法实施，他们将补交3 000万元费用，这让这家家底不厚的企业不堪重负。

湖塘一家纺织厂，开一天工，就亏一天，无奈只得把厂里近80名员工“请”回了家。

东莞的鞋厂老板把困难说得头头是道：“人民币持续升值，原材料涨价，工资成本上升，招工难，出口贸易受抑，政策频繁调整，早前又颁布实施了《劳动合同法》和两税合一新政，就像在我们的头上悬起了一把把刀！”

重重压力，让他们感到“风霜雨雪都遇到了，就是没有阳光”，“‘风霜雨雪’加起来，成本上升差不多30％，是利润的几倍，价格又提不上去，没订单，还主动一些，手上有订单的，做多少亏多少”。

翻看这些被劳动力成本折磨的困苦不堪的企业，多是劳动密集型产业，尤其是依靠走“低成本、低利润”低端模式的中小企业。除了成本低，他们的核心竞争力乏善可陈，处于价格链的低端，本来利润就低，一旦劳动力成本上涨，就直接扼住了他们的喉咙，难有回击的余地。

“成也廉价劳动力，败也廉价劳动力”，劳动力让中国企业在激烈的市场竞争中获得了生存的氧气，也蚕食了他们的竞争力。温州一位老板直言不讳：“既然多聘些工人就可以赚同样的钱，又何必将钱投向技术创新这个无底洞呢？”以至于工资提高成为他们最大的噩耗。除了工资成本，还有为保护工人权益所增出来的新法条款，也给企业的发展带来了很多风险。

与其“等死”，不如突围；但有些中小企业，连突围的勇气都没有。在他们看来，两脚悬空，无路可逃。

在广东吉隆镇，聚集了3 000多家制鞋或鞋材企业，由于经济大考，让这个昔日喧哗的小镇萧瑟了许多。我们摘录当地企业小老板与《南方周末》记者的一段对话，他们的绝望与无助可见一斑：

迁移？“怎么迁？我们都是吉隆的农民，几个人、几十个人用钳子做鞋，一步步走过来的。身家都在厂房、设备上，现在卖也卖不出价。走也走不动。”

升级？大部分吉隆的鞋厂还处在从作坊向流水线升级的过程中。建了流水线的大厂“只能谈生存”，用什么升级？

拿定价权？“你告诉我，我们这些草根小企业怎么去拿定价权？2007年年底，龙永图在东莞说，中国制鞋企业要拿到定价权，我几乎听不下去。他自己试试！”

更大的麻烦还在后头。《劳动合同法》执行后，工人和老板的纠纷肯定不断，现在许多工人动不动就是“我告你”，接下来几个月要忙着应付纠纷了。

2008年的关键词除了“生存”还有“升级?，“物竞天择，适者生存”的市场规则决定了并不是所有的企业都能拿到活下去的入场券。缺乏技术含量、品牌价值空白的企业，如果还找不到恰当的自救方法，面对他们的可能就是“死”路一条了；但如果迈过了这道坎，就可能会活得更好。